



Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Membeli Buah Jeruk Impor Dan Lokal di Kota Tasikmalaya

Dhea Karina¹, Ristina Siti Sundari^{1*}, Reny Hidayati¹

Fakultas Pertanian, Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

*Korespondensi: ristina.sitisundari@yahoo.com

Diterima 08 April 2021/ Direvisi 02 September 2021/ Disetujui 22 September 2021

ABSTRAK

Komoditas buah-buahan memiliki permintaan pasar yang tinggi dan bernilai ekonomis. Salah satunya adalah buah jeruk yang memiliki kemungkinan menguntungkan untuk dikembangkan. Ketersediaan, kualitas, kuantitas, kontinuitas buah lokal yang dihasilkan belum dapat memenuhi kebutuhan penduduk yang terus meningkat. Sehingga pemenuhannya dengan mengimpor buah jeruk dari luar. Maka dilakukan penelitian untuk menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan membeli buah jeruk impor dan buah jeruk lokal di Kota Tasikmalaya, dan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di kota Tasikmalaya. Metode penelitian kuantitatif terhadap konsumen buah jeruk lokal dan konsumen buah jeruk impor sebanyak 90 responden. Penelitian ini menggunakan analisis multivariat dan, Fishbein. Hasil analisis menunjukkan secara simultan dan parsial perilaku konsumen dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli buah jeruk di Tasikmalaya. Sikap konsumen terhadap atribut buah jeruk lokal lebih rendah daripada buah jeruk impor. Bagi konsumen atribut rasa, warna kulit, harga, aroma, tekstur pada jeruk lokal merupakan hal sangat penting yang perlu diperhatikan oleh penjual.

Kata kunci : Jeruk; Impor; Lokal; Keputusan Pembelian; Perilaku Konsumen

ABSTRACT

Fruit commodity has high market demand and has economic value. One of them is a citrus fruit which has an excellent possibility to develop. Availability, continuity, and quantity of quality local fruit produced are still limited. Citrus encourages the entry of imported fruit in large quantities and of relatively good quality. The purpose of this study was to determine and analyze consumer preferences and behavior towards purchasing decisions of local oranges and imported citrus fruits in Tasikmalaya City and the attributes most considered by consumers in purchasing decisions for local oranges and imported citrus fruits in Tasikmalaya city. The quantitative research method was used on 90 respondents of local and imported citrus fruit consumers. The following analysis tools used in this study were multivariate analysis, Fishbein, and conjoint. Based on multivariate analysis results, it is known that Simultaneously and Partially Consumer Behavior influences the Purchase Decision on Local Citrus Fruits and Imported Oranges in Tasikmalaya. Based on the multi-attribute analysis of local oranges and imported oranges in Tasikmalaya, it is known that the value of consumer attitudes towards the attributes of imported citrus fruits is higher than local oranges, in addition, the results of the conjoint analysis, it is known that the most critical attributes according to consumers are different for local and imported oranges. Local oranges' attributes are considered essential regarding the trader's taste, peel color, price, aroma, and texture.

Keywords: Citrus; Consumer behavior; Imported; Local; Purchase decision.

PENDAHULUAN

Memakan buah jeruk merupakan kesukaan masyarakat Indonesia. Pengeluaran untuk konsumsi buah jeruk tertinggi pada level nasional, yaitu sebesar 4.777 rupiah perkapita sebulan dibandingkan dengan buah pisang, duku, langsung, apel, durian dan buah-buah lainnya (SUSENAS, 2019). Sehingga permintaan buah jeruk lebih tinggi dibandingkan dengan jenis buah lainnya. Hal tersebut karena masyarakat sadar akan kandungan gizi dari buah jeruk. Di sisi lain peningkatan pendapatan penduduk berpengaruh nyata untuk konsumen mengkonsumsi buah jeruk. Sehingga dapat diasumsikan kebutuhan buah jeruk juga akan semakin meningkat. Ketersediaan, kualitas, kuantitas dan kontinuitas buah lokal bermutu yang dihasilkan belum dapat memenuhi semua permintaan buah jeruk. Hal ini mendorong importir untuk mengimpor buah jeruk dalam jumlah yang besar.

Buah jeruk impor tersebar di pasar tradisional maupun pasar swalayan di Indonesia. Kota Tasikmalaya merupakan daerah perdagangan yang prospektif memungkinkan untuk menyediakan berbagai produk pertanian salah satunya buah jeruk. Mengingat buah jeruk impor yang banyak ditemui baik pasar swalayan maupun pasar tradisional menyebabkan buah jeruk impor mendominasi etalase buah jeruk lokal.

Ketersediaan buah jeruk di Kota Tasikmalaya memberikan kebebasan konsumen untuk memilih buah jeruk impor atau lokal. Oleh karena itu perlu penelitian bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan untuk membeli buah jeruk, baik asal dalam

negeri maupun impor di Kota Tasikmalaya.

Impor buah-buahan seperti buah jeruk yang meningkat, menyebabkan pasokan buah jeruk melimpah. Akibatnya konsumen dihadapkan pada dua alternatif pembelian buah jeruk lokal dan impor. Buah jeruk lokal dapat bersaing dengan impor. Konsumen mempertimbangkan berbagai faktor dalam melakukan pembelian buah jeruk salah satunya adalah atribut. Atribut tersebut antara lain ukuran, rasa, warna daging buah, kandungan gizi, aroma, warna kulit, ukuran, tekstur buah, kemasan dan harga.

Jeruk impor seolah-olah lebih menarik karena dari rasa buah, ukuran, warna kulit, kandungan gizi, tekstur buah, kemasan buah dan harga buah. Hal ini menjadi ancaman bagi produsen jeruk lokal. Dengan mengetahui pertimbangan konsumen memilih buah jeruk baik lokal maupun impor di Kota Tasikmalaya, maka hal ini akan membantu penjual untuk menyusun strategi pasar yang lebih tepat sehingga dapat kebutuhan juga kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Dengan demikian perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli buah jeruk lokal maupun buah jeruk impor di Kota Tasikmalaya.

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di pasar-pasar Kota Tasikmalaya karena menurut Dinas Perdagangan ketersediaan buah impor mencapai 70% dari total buah-buahan yang tersedia di pasar tradisional maupun swalayan.

Penentuan tempat penelitian dilakukan secara sengaja atau purposive

di pasar swalayan dan pasar tradisional di Kota Tasikmalaya. Metode penelitian bersifat kuantitatif dan kualitatif (Sugiyono, 2017). Populasi sasaran dalam penelitian ini yaitu orang yang pernah mengonsumsi buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di pasar tradisional dan pasar swalayan Kota Tasikmalaya. Penentuan pasar dilakukan sebagai berikut:

1. Memilih pasar pasar swalayan dan tradisional Kota Tasikmalaya. Tiga pasar tradisional yang dipilih yaitu: Pasar Cikurubuk, Pasar Pancasila dan pasar Padayungan dan Tiga Pasar Swalayan yang dipilih yaitu Asia Plaza, Yogya Toserba dan Mayasari Plaza.
2. Menentukan lokasi ini dengan alasan karena pasar swalayan tradisional yang dipilih banyak pedagang buah-buahan termasuk buah jeruk lokal dan buah jeruk impor. Pasar ditentukan secara sengaja (purposive) terhadap 3 pasar tradisional dan 3 pasar swalayan.

Jenis data menggunakan data cross section. Sedangkan sumber data yang diperoleh melalui data primer dengan wawancara dan observasi langsung dan data sekunder melalui literatur yang berkaitan dengan topik penelitian dan beberapa instansi yang berhubungan dengan penelitian ini seperti Dinas Pertanian, BPS, Dinas Pasar dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya.

Teknik Analisis Data

Analisis Multivariat

Analisis Multivariat dilakukan untuk meneliti lebih dari dua variabel secara bersamaan (Idrus, 2013), dengan rumus:

$$Y = \beta_{01} + \beta_{11}X_{i1} + \beta_{21}X_{i2} + \dots + \beta_{p1}X_{ip} + \varepsilon_{i1} \dots (1)$$

Analisis Multi Atribut Fishbein

Analisis Multi Atribut Fishbein dilakukan untuk mengetahui atribut yang paling di pertimbangkan untuk membeli buah jeruk baik impor maupun lokal. Skala pengukuran atribut yang digunakan adalah skala likert 1-5 dengan kategori sikap dari sangat tidak baik sampai sangat baik. Model *Fishbein* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n e_i \cdot b_i \dots \dots \dots (2)$$

Dimana:

A_o = sikap konsumen dalam menilai buah jeruk lokal maupun buah jeruk impor.

b_i = tingkat keyakinan yang dimiliki konsumen bahwa buah jeruk baik lokal maupun impor mempunyai atribut tertentu

e_i = dimensi yang bersifat evaluatif pada konsumen terhadap variabel ke i buah jeruk baik lokal maupun impor

n : banyaknya atribut pada buah jeruk lokal maupun jeruk impor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi hasil penelitian ini akan menunjukkan perilaku konsumen dalam membeli buah jeruk, baik local maupun impor di Kota Tasikmalaya.

Perilaku Konsumen terhadap Jeruk Lokal dan Impor di Kota Tasikmalaya

Perilaku konsumen dalam memilih buah jeruk lokal maupun impor di Kota Tasikmalaya berikut penulis akan menguraikan apa saja yang menjadi pertimbangan dalam melakukan analisis terhadap indikator perilaku konsumen yaitu lewat pendapatan, gaya hidup, kebutuhan produk dan kesukaan produk (Tabel 1).

Tabel 1. Klasifikasi dan bobot perilaku konsumen terhadap buah jeruk

No.	Item Pernyataan	Skor yang Ditargetkan	Jumlah Skor	Bobot (%)	Klasifikasi
1	Pendapatan konsumen	450	381	84.67	Tinggi
2	Gaya Hidup konsumen	450	362	80.44	Tinggi
3	Kebutuhan buah	450	366	81.33	Tinggi
4	Kesukaan terhadap buah jeruk	450	379	84.22	Tinggi
Total Skor			1.488	82.67	Tinggi

Sumber : Data primer diolah (2021)

Nilai yang diperoleh terhadap perilaku konsumen jeruk lokal maupun impor di Kota Tasikmalaya adalah sebesar 1.488 yang berada dalam klasifikasi baik. Dengan demikian perilaku konsumen dalam memilih buah jeruk baik lokal maupun impor yang akan dibeli sudah baik lewat pendapatan konsumen, gaya hidup konsumen, kebutuhan akan buah jeruk, dan

kesukaan terhadap buah jeruk baik lokal maupun impor.

Keputusan Pembelian pada Jeruk di Kota Tasikmalaya

Keputusan pembelian buah jeruk impor maupun lokal di Kota Tasikmalaya disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Klasifikasi dan bobot keputusan pembelian buah jeruk

No	Item Pernyataan	Skor yang ditargetkan	Jumlah Skor	Bobot (%)	Klasifikasi
1	Pengaruh iklan	450	382	84.89	Sangat Baik
2	Gengsi	450	390	86.67	Sangat Baik
3	Kehigienisan	450	378	84.00	Baik
4	Kualitas	450	387	86.00	Sangat Baik
Total Skor			1.537	85.39	Sangat Baik

Sumber : Data primer diolah (2021)

Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian jeruk lokal dan impor di Kota Tasikmalaya adalah sebesar 1.537, berada dalam klasifikasi sangat baik. Secara umum keputusan pembelian sangat dipengaruhi iklan, gengsi naik, kehigienisan dan kualitas pada buah jeruk lokal maupun impor

Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Jeruk Lokal maupun Jeruk Impor di Kota Tasikmalaya

Persamaan regresi untuk perilaku konsumen dalam pembelian buah jeruk sebagai berikut:

$$Y = 2,638 + 0,611X_1 + 0,222X_2 + e$$

Diasumsikan nilai dari variabel X_1 (Preferensi) dan X_2 (Perilaku Konsumen) adalah konstan atau = nol, maka nilai variabel Y (Keputusan Pembelian) menjadi 2,638.

Variabel Perilaku Konsumen (X_2) memberikan pengaruh positif kepada variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien regresi sebesar 0,222 maka terjadi peningkatan variabel Perilaku Konsumen (X_2), maka keputusan pembelian akan bertambah atau meningkat jika variabel lain konstan. Apabila Perilaku Konsumen

baik, maka akan meningkatkan Pembelian.

Nilai koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,592 ~ 59,2%. Artinya 59,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen, sedangkan sisanya (100% - 59,2%) = 40,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Atau besarnya pengaruh perilaku konsumen secara simultan adalah sebesar 59,2% sedangkan sisanya sebesar 40,8% adalah pengaruh factor lain di luar variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani, Sumarwan, & Yuliati, 2016), terhadap makanan siap saji, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi, preferensi dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Jeruk di Kota Tasikmalaya secara Parsial

Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi 0,003, berdasarkan probabilitas nilai

signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dengan kata lain secara parsial Perilaku Konsumen mempengaruhi keputusan pembelian pada jeruk lokal dan impor di Kota Tasikmalaya.

Atribut Yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Membeli Buah Jeruk di kota Tasikmalaya

Atribut yang menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli buah jeruk lokal dan impor di kota Tasikmalaya dilakukan melalui metode analisis multiatribut Fishbein. Atribut sikap adalah hal yang sangat penting di bidang pemasaran adalah memahami konsumen yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Konsep sikap berhubungan sangat erat dengan konsep kepercayaan (*belief*) disertai evaluasi tingkat kepentingan (*evaluation*). Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Sikap responden terhadap atribut jeruk lokal dan jeruk impor

No	Atribut	(ei)	Jeruk Lokal			Jeruk Impor		
			(bi)	Ao (ei.bi)	Kategori	(bi)	Ao (ei.bi)	Kategori
1	Rasa Buah	4,14	4,18	17,31	Positif	4,26	17,64	Positif
2	Aroma Buah	4,01	4,00	16,04	Positif	4,11	16,48	Positif
3	Warna Kulit Buah	4,11	4,03	16,56	Positif	4,13	16,97	Positif
4	Ukuran Buah	3,9	3,9	15,21	Netral	3,9	15,21	Netral
5	Daging Buah	4	4	16	Positif	4,1	16,4	Positif
6	Kadar Gizi Buah	4	4	16	Positif	4,1	16,4	Positif
7	Tekstur Kulit Buah	4	3,9	15,6	Positif	4	16	Positif
8	Kemasan Buah	4	4	16	Positif	4,1	16,4	Positif
9	Harga	4,1	4,18	17,14	Positif	3,94	16,15	Positif
Total		36,26	36,19	145,86		36,64	147,66	

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pengkategorian jeruk lokal diketahui bahwa atribut yang memiliki sikap positif pada hampir semua atribut, sedangkan yang mendapat sikap netral yaitu ukuran buah. Namun analisis Fishbein mengindikasikan bahwa jeruk impor dinilai masih lebih tinggi daripada jeruk lokal. Jeruk impor disikapi secara positif oleh responden. Terdapat delapan atribut jeruk impor yang disikapi positif

oleh responden. Atribut tersebut yaitu rasa, aroma, warna kulit, daging, kandungan gizi, tekstur kulit, kemasan dan harga, sedangkan ukuran mendapat sikap yang netral. Jeruk lokal mendapat sikap yang hampir sama dengan jeruk impor dari responden. Jeruk lokal juga disikapi positif dan netral. Atribut rasa memperoleh sikap positif dan atribut ukuran mendapat sikap yang netral.

Tabel 6. Nilai kegunaan (*utility values*) buah jeruk lokal dan impor di kota Tasikmalaya

Atribut	Level	Lokal	Impor
		<i>Utility Estimate</i>	<i>Utility Estimate</i>
Warna Kulit	Hijau	-0.124	-0.134
	Hijau Kekuningan	-0.068	-0.029
	Kuning Kehijauan	0.126	-0.037
	Oranye	0.067	0.2
Warna Daging Buah	Oranye Cerah	0.141	0.119
	Oranye Pucat	-0.141	-0.119
Rasa	Asam	-0.21	-0.157
	Manis Asam	0.054	0.038
	Manis	0.156	0.119
Tekstur Kulit	Kasar Berbercak	-0.006	-0.056
	Kasar Berpori Besar	0.011	-0.042
	Halus Berpori Kecil	-0.005	0.098
Kandungan Air	Banyak	0.139	0.175
	Sedang	0.019	-0.042
	Sedikit	-0.159	-0.133
Aroma	Harum	0.152	0.126
	Sedang	0.009	0.026
	Tidak Harum	-0.161	-0.153
Kemasan	Plastik	-0.053	-0.05
	Jaring	-0.04	0
	Tidak Dibungkus	0.093	0.05
Harga (Rp)/kg	17.500	0.104	-0.043
	17.501 – 25.000	0.024	0.13
	25.501 – 40.000	-0.026	0.008
	40.001	-0.102	-0.095
(Konstanta)		3.336	3.310

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Jeruk lokal dan jeruk impor dinilai dengan sikap yang sama pada atribut rasa yaitu kategori positif tertinggi, dan sikap positif pada atribut aroma, warna kulit, ukuran, daging, kandungan gizi, tekstur gizi, tekstur kulit, kemasan dan

harga. Meskipun disikapi sama pada atribut tersebut, akan tetapi nilai jeruk impor lebih tinggi. Pada analisis semua atribut fisik, jeruk lokal mendapat hasil yang lebih kecil dari jeruk asal impor. Jumlah nilai sikap (Ao) jeruk lokal

sebesar 145,86 poin, sedangkan jeruk impor memiliki total nilai sikap sebesar 147,66 poin. Pada umumnya responden memiliki sikap yang lebih positif terhadap jeruk impor daripada jeruk lokal. Hal ini terjadi karena responden menilai bahwa atribut jeruk impor lebih baik daripada atribut jeruk lokal.

Perilaku konsumen dari aspek *utility* cenderung lebih baik terhadap buah jeruk yang memiliki rasa manis, yang kulitnya berwarna kuning kehijauan untuk jeruk lokal dan warna oranye untuk jeruk impor, harganya Rp 17.500 untuk jeruk lokal pada saat itu dan harga 17.500 – Rp 25.500 untuk jeruk impor pada saat itu, yang lainnya sama yaitu mengandung banyak air, harum aromanya, tekstur kulit kasar berpori besar. Sedangkan untuk jeruk lokal memiliki kulit halus memiliki pori-pori kecil dengan daging buah berwarna oranye cerah untuk jeruk impor.

Petani diharapkan lebih memperhatikan yang disukai konsumen itu pada level dan atribut tersebut sehingga produksi jeruk lokal dapat memenuhi perilaku konsumen. Demikian pula pedagang atau pelaku pasar buah jeruk lokal dan impor sebaiknya melihat level atribut yang lebih diminati konsumen baik jeruk lokal maupun jeruk impor, sehingga dapat memasarkan jeruk sesuai minat konsumen atau meningkatkan minat konsumen dengan menampilkan keistimewaan lain dari jeruk lokal.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

Hasil analisis multivariat diketahui bahwa secara simultan maupun parsial perilaku konsumen mempengaruhi

keputusan pembelian secara nyata terhadap buah jeruk impor dan jeruk lokal di Tasikmalaya.

Atribut yang dimiliki buah jeruk impor ternyata lebih disukai konsumen dari buah jeruk lokal, hal ini berarti bahwa sebagian besar atribut buah jeruk impor dianggap lebih dominan. Atribut buah jeruk lokal yang disukai oleh konsumen yaitu melalui rasa, aroma, harga dan kandungan vitamin. Atribut buah jeruk impor yang disukai adalah rasa, aroma, dan warna kulitnya.

Saran

1. Promosi jeruk lokal lebih digiatkan karena pada dasarnya jeruk lokal juga sangat baik.
2. Konsumen lebih cerdas dalam mempertimbangkan keputusan membeli jeruk lokal untuk kelestarian dan kehidupan petani Indonesia.
3. Bagi Pemerintah dapat menguatkan kebijakan dalam mengonsumsi jeruk lokal.
4. Bagi pelaku agribisnis lainnya diharapkan lebih intensif menerapkan manajemen mutu melalui *Good Agriculture Practice* (GAP) dan Standar Prosedur Nasional (SPO).

DAFTAR PUSTAKA

- Hartadi, R., Hani, E. S., & Kartika, N. D. (2010). Analisis Perilaku Konsumen Buah Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(1), 24-36–36.
- Anisah, A., & hayati, m. (2017). Pengambilan keputusan petani untuk tetap berusahatani cabe jamu di kecamatan bluto, sumenep.

- Agraris: journal of agribusiness and rural development research*, 3(2).
<https://doi.org/10.18196/agr.3251>
- Darmawan, r. (2013). Pengalaman , usability , dan antarmuka grafis : sebuah penelusuran teoritis. *Itb j. Vis. Art*, 4(2), 95–102.
<https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2013.4.2.1>
- Dharmmesta, b. S., & handoko, h. (2013). *Manajemen pemasaran* (bpfe-yogyakarta (ed.); pertama).
- Direktorat jendral hortikultura. (2019). *Produksi buah jeruk tahun 2019*.
- Dwiastari, k. Y., susrusa, k. B., & artini, w. P. (2019). Analisis preferensi konsumen terhadap buah jeruk impor dan buah jeruk lokal di kota Denpasar, bali. *Jurnal agribisnis dan agrowisata*, 8(3), 391–400.
- Hanif, z dan zamzami, i. (2012). Trend jeruk impor dan posisi indonesia sebagai produsen jeruk. *Balitjestro*, may, 1–11.
<https://doi.org/10.13140/rg.2.1.4207.7601>
- Hartadi, r., hani, e. S., & kartika, n. D. (2010). Analisis perilaku konsumen buah di pasar tradisional dan pasar modern kecamatan kaliwates, kabupaten jember. *Jurnal sosial ekonomi pertanian*, 4(1), 24–36–36.
- Hartadi, R., Hani, E. S., & Kartika, N. D. (2010). Analisis Perilaku Konsumen Buah Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 4(1), 24–36–36
- Hasan, a., & mahmudin. (2017). *Metodologi penelitian* (d. Novidiantoko & e. R. Fadilah (eds.); 1st ed.). Deepublish.
- Hastjarjo, d. (2010). Sekilas tentang kesadaran (*consciousness*). *Buletin psikologi*, 13(2), 79–90.
- Hutapea, k. (2018). Analisis sikap kepuasan konsumen terhadap buah jeruk lokal dan jeruk impor (studi kasus : pasar tradisional dan pasar swalayan di kota medan). *Stindo profesional*, iv, 140–153
- Idrus, M. S. (2013). *Multivariate Data Analisis Dan Non Parametrik Statisik* (pertama; M. Jannah, ed.). Sidoarjo: Zifatatama.
- Nafisah, S. N., Suharno, S., & Tinaprilla, N. (2014). Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Jeruk Lokal Dan Jeruk Impor Di Pasar Modern Kota Bogor. *Forum Agribisnis*, 4(1), 71–84.
<https://doi.org/10.29244/fagb.4.1.71-84>
- Simarmata, M. I. Iestari, Sudarma, I. M., & Anggrenui, I. L. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Kota Denpasar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 449–459.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- SUSENAS. (2019). Pengeluaran untuk konsumsi penduduk indonesia per provinsi. In 3 (pp. 1–138).

Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yulianti, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*.
<https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12>
183